

**Tematisk granskning
Leverantörer av
upphandlade
arbetsmarknadstjänster -
deras arbetsgivarkontakter**

© Arbetsförmedlingen
Författare: Marina Hultkvist och Pär Eriksson
Datum: 2018-01-21
Diarienummer: Af- 2017/0057 0613

Innehåll

1	Sammanfattning	4
2	Uppdrag	4
2.1	Bakgrund	4
2.2	Uppdragsbeskrivning	4
2.3	Granskningens mål och syfte	5
2.4	Avgränsningar	5
3	Urval och genomförande	6
3.1	Urval av leverantörer	6
3.2	Genomförande	6
4	Resultat av granskningen	7
4.1	Sammanfattning av granskningen	7
4.2	Analys - jämförelse av enkätsvaren och resultatfil 90-dagarsuppföljning	9
5	Lösnings- och förbättringsförslag	10
5.1	Kommunikation	10
5.2	Bättre resultat ut i arbete och uppföljning	10

1 Sammanfattning

Granskningen visar på att leverantörerna har mycket god förankring i de lokala branschnätverken och de lokala företagen vänder sig i stor utsträckning till dem vid rekryteringsbehov. En del av leverantörerna bedriver dessutom egen bemanningsverksamhet.

I jämförelsen mellan myndighetens 90-dagars-resultatuppföljning efter avslutad insats och leverantörernas arbete med företagskontakter och eller deras förankring i det lokala näringslivet, går det inte att entydigt påvisa positiva effekter för deltagare i de av leverantörerna levererade arbetsförmedlingstjänsterna. En delförklaring kan vara att myndigheten inte heller i förfrågningsunderlagen krävställt aktiv matchning i anslutning till eller efter avslutad insats, förutom i tjänsten Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning. En annan förklaring är, att det hos arbetsförmedlarna råder förväntningar på att leverantörerna ska matcha deltagaren ut i arbete i anslutning till avslutad insats, vilket innebär att arbetsförmedlarna inte aktivt matchar deltagaren mot lediga jobb efter avslutad insats.

Granskningen har utmynnat i tre (3) förbättringsförslag.

2 Uppdrag

2.1 Bakgrund

Effekten av myndighetens upphandlade arbetsförmedlingstjänster mäts i 90-dagarsstatistik efter avslutad insats. Vissa avtal till exempel Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning (STOM) utgår en premie till leverantören för resultat ut i arbete eller studier, medan det i övriga upphandlade arbetsförmedlingstjänster, till exempel arbetsmarknadsutbildning (AUB) eller förberedande utbildning (FUB), inte utgår någon premie för resultat. Likväl mäts leverantörers framgång utifrån andel ut i arbete eller studier 90-dagar efter avslutad insats.

Vissa tjänster uppnår bättre resultat än andra, ibland oberoende av leverantör. Ibland skiljer sig resultatet på olika leveranssorter för en och samma leverantör. Det finns ingen tydlig bild av varför det resultatmässigt kan skilja sig. Myndigheten har lite kunskap om leverantörers arbete med arbetsgivarkontakter och om leverantörers arbetsgivarkontakter har någon påverkan på resultatet ut i arbete eller studier 90-dagar efter avslutad insats.

2.2 Uppdragsbeskrivning

Arbetsförmedlingen ska genomföra en tematisk granskning för att inhämta information och kunskap om leverantörernas arbete med arbetsgivare.

Granskning ska utmytna i större kunskap om leverantörers arbetsgivarkontakter och eventuellt samband mellan leverantörens arbetsgivarkontakter och resultat ut i arbete eller studier efter avslutad insats.

2.3 Granskningens mål och syfte

Myndigheten behöver få en bättre insikt i hur leverantörer av upphandlade arbetsförmedlingstjänster arbetar med arbetsgivarkontakter och deras samarbete med olika branschorganisationer. Granskning ska belysa leverantörernas arbetsgivararbete samt om möjligt ge svar på, om det finns ett sambandsförhållande mellan leverantörers arbetsgivararbete och resultat ut i arbete eller studier efter avslutad insats.

2.4 Avgränsningar

Granskningen syftar inte till att kartlägga enskilda leverantörers arbetsgivarkontakter eller resultat ut i arbete eller studier. Inte heller syftar granskningen till att jämföra resultatet för de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna i förhållande till eventuellt kravställt resultat i avtal.

3 Urval och genomförande

3.1 Urval av leverantörer

Leverantörer valdes utifrån statistikfil AUB och STOM Status 90-dagar 2017-12^{1,2}.

3.2 Genomförande

Enkäten skickades till 72 leverantörer varav 36 leverantörer svarade på enkäten, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 50 %³. Enkäten var öppen mellan 17 11 29-17 12 29, under denna period skickades en påminnelse den 17 12 07 om att besvara enkäten. Urvalet av leverantörerna och analysen av enkäten gjordes utifrån indelning av leverantörer i två huvudgrupper:

- Leverantörer av upphandlade arbetsförmedlingstjänster – arbetsmarknadsutbildning
- Leverantörer av Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning – STOM

Varje huvudgrupp har delats upp i tre (3) undergrupper baserat på resultat ut i arbete eller studier och leverantörer med höga deltagarvolym⁴.

Underkategori/ undergrupp	Antal leverantörer av arbetsmarknadsutbildning	Antal leverantörer av Stöd och matchning
Resultat ut i arbete eller studier 0-40%	12	11
Resultat ut i arbete eller studier 41-100%	24	12
Leverantörer med mer än 101 deltagare	7	6

¹ Statistikfil AUB och STOM Status 90-dagar 2017-12

² Urval av leverantörer 1.0

³ Enkätfrågor till leverantörer

⁴ Urval av leverantörer 1.0

4 Resultat av granskningen

4.1 Analys

Effekten av myndighetens upphandlade arbetsförmedlingstjänster mäts i 90-dagarsstatistik efter avslutad insats. Vissa avtal till exempel Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning (STOM) utgår en premie till leverantören för resultat ut i arbete eller studier medan det i övriga upphandlade arbetsförmedlingstjänster, till exempel arbetsmarknadsutbildning (AUB) eller förberedande utbildning (FUB), inte utgår någon premie för resultat. Likväl mäts och värderas leverantörers framgång utifrån andel ut i arbete eller studier 90-dagar efter avslutad insats.

Vissa leverantörer når bättre resultat än andra leverantörer av samma tjänst. Ibland skiljer sig resultatet på olika leveranssorter för en och samma leverantör. Granskningen ger ingen tydlig bild av varför det resultatmässigt kan skilja sig åt.

Granskningen visar på att leverantörer av upphandlade arbetsförmedlingstjänster har en god förankring i lokala branschnätverk och är välkända av de lokala företagen⁵. Över 70 % av de svarande leverantörerna uppger att lokala/regionala företag regelbundet hör av sig till dem för att tillgodose sitt rekryteringsbehov⁶. En så bra förankring och gott samarbete med de lokala företagen^{7, 8}, borde ha en gynnsammare effekt ut i arbete även för deltagare i de upphandlade arbetsförmedlingstjänster som levereras av leverantörerna. Kanske än mer med tanke på att drygt 70 % av leverantörerna uppger att de har anställda som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingens uppdrag⁹.

I myndighetens strategi för Upphandlade Arbetsförmedlingstjänster¹⁰ benämns bland annat att myndigheten ska upphandla arbetsförmedlingstjänster utifrån *ett innovativt sätt samt styra mot resultat*. På påståendet i enkäten ”Tror du att resultatet ut i arbete skulle öka ifall det utgick en bonus till er om deltagaren var i anställning efter färdig insats?”¹¹ instämde ca 60 % av de svarande leverantörerna med att påståendet stämde helt eller delvis. En leverantör av AUB i gruppen ”0-40 % resultat ut i arbete eller studier”, var av avvikande uppfattning. Denne leverantör ansåg att resultatetsättningen inte har någon betydelse för resultat ut i arbete efter avslutad tjänst.

Förutom Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning (STOM) som är en resultatbaserad tjänst, upplever 86 % av leverantörerna att arbetsförmedlingen/arbetsförmedlarna har förväntningar på att leverantörerna ska

⁵ Analys av enkätsvaren bild 1: 3 Vi är väl kända av de lokala företagen/företagsorganisationerna

⁶ Analys av enkätsvaren bild 1:7 De lokala/regionala företagen vänder sig till oss regelbundet för att tillgodose sitt rekryteringsbehov

⁷ Analys av enkätsvaren bild 1:5 De lokala företagen ser oss som en samarbetspartner

⁸ Analys av enkätsvaren bild 1:4 Vi har mycket gott samarbete med de lokala/regionala företagen

⁹ Analys av enkätsvaren bild 1:9 Vi har anställda som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingen

¹⁰ Strategin för upphandlade arbetsförmedlingstjänster

¹¹ Analys av enkätsvaren bild 1:13 Tror du att resultatet ut i arbete skulle öka ifall det utgick en bonus till er om deltagaren var i anställning efter färdig insats?

matcha ut deltagare i arbete, antingen efter eller inför avslutad insats¹². Denna förväntning överensstämmer inte med de kravställningar som idag finns på de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna. Okunskap hos arbetsförmedlarna, på vilka krav som ställs på leverantören, kan bidra till att tjänsten eller leverantören får ett "dåligt rykte". Detta i sin tur kan bidra till att arbetsförmedlaren tvekar till att anvisa deltagare som skulle vara i behov av tjänsten. En annan konsekvens av felaktig förväntning på leverantören, är att arbetsförmedlaren utgår ifrån att leverantören ska matcha ut deltagaren och därför matchar inte arbetsförmedlaren aktivt deltagaren mot lediga jobb efter avslutad insats. Det framgår inte heller av granskningen att leverantörerna för de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna, förutom tjänsten Arbetsförmedlingens Kundval Stöd och matchning, aktivt arbetar för att matcha ut sökande till arbete inför avslut eller efter avslutad insats. Här uppstår ett vakuum, där alla inblandade, från arbetsförmedlaren till leverantören, tror att "någon annan" matchar deltagaren mot lediga jobb.

Allteftersom de kommande upphandlingarna av arbetsförmedlingstjänsterna kravställs utifrån intentionerna i *Strategin för de upphandlade arbetsmarknadstjänster*¹³, kommer både leverantörernas och arbetsförmedlarnas förväntningar att harmoniseras bättre. Det är troligt att anta att leverantörerna för de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna kommer att än bättre nyttja sin goda förankring i de lokala branschnätverken och hos de lokala företagen, om resultatets utgång utgick för de deltagare som går ut i anställning efter avslutad insats.

Sammanfattningsvis tyder mycket på att följande faktorer hos leverantörerna har en viss positiv påverkan på resultat ut i arbete:

- Egen bemanningsverksamhet eller samarbete med bemanningsföretag
- Aktivt och väl förankrat deltagande i lokala/regionala/nationella företagsnätverk och branschorganisationer
- Särskilda anställda som arbetar med företagskontakter gentemot Arbetsförmedlingens uppdrag
- Interna mål för antal företagskontakter
- Skapande av kontaktytor mellan deltagarna och företagen i form av rekryteringsträffar, frukostträffar, jobbmässor etc

¹² Analys av enkätsvaren bild 1:14 Arbetsförmedlingen har förväntningar på att vi ska matcha ut deltagare till arbete efter eller inför avslutad insats

¹³ Strategin för upphandlade arbetsförmedlingstjänster

4.2 Analys - jämförelse av enkätsvaren och resultatfil 90-dagarsuppföljning

2/3 av de tillfrågade leverantörerna som uppger att de har egen bemanningsverksamhet eller samarbetar med bemanningsföretag¹⁴, har en högre andel ut till arbete än riksnittet för samtliga leverantörer. Detta kan tyda på att ett mer aktivt och nära samarbete med arbetsgivare, ger ett bättre resultat ut till arbete. Av de leverantörer som uppger att de bedriver bemanningsverksamhet eller samarbetar med bemanningsföretag återfinns främst bland leverantörer med höga deltagarvolymerna inom AUB och STOM¹⁵

Även förankring och aktivt deltagande i de lokala nätverken verkar gynna andelen ut till arbete¹⁶. Leverantörer med höga deltagarvolymerna, flertalet av dessa leverantörer återfinns bland Arbetsförmedlingens mest verksamhetskritiska leverantörer¹⁷, är förankringen i de lokala nätverken något större än hos leverantörerna med lågt resultat.

På frågan om leverantören är medlem i eller med i lokalt företagsnätverk, företagarcentrum, branschorganisation, kommunens näringslivscentrum eller något annat likvärdigt, är det inte lika tydligt att ett eventuellt engagemang/medlemskap ger effekt på resultat ut i arbete. 58 % av de svarande leverantörerna är medlemmar i lokala företagsnätverk och 56 % i branschorganisationer¹⁸. Den lilla avvikelse som finns, pekar på att leverantörer av STOM med höga deltagarvolymerna och AUB med resultat på 41-100 % i större utsträckning är medlemmar i företagarcentrum och att leverantörer av AUB med resultat på 41-100 % är medlemmar i kommunens näringslivscentrum i större utsträckning än andra leverantörer.

Drygt 70 % av de svarande leverantörerna uppger att de har anställda som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingens uppdrag¹⁹. Här uppger samtliga leverantörer med höga deltagarvolymerna, inom både AUB och STOM att de har särskilda anställda som arbetar med företagskontakter. Dessa leverantörer är även de som i störst utsträckning har eget bemanningsföretag eller samarbetar med bemanningsföretag. Att ha utpekade personer som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingens uppdrag verkar ha en positiv påverkan på andelen ut i arbete²⁰.

Drygt 33 % av de svarande leverantörerna uppger att de har interna mål för antal företagskontakter per rekryterare och månad. Här skiljer sig leverantörerna med höga deltagarvolymerna, leverantörer av AUB uppger att samtliga rekryterare har interna mål. Stom-leverantörer med höga deltagarvolymerna uppger att 67 % av deras

¹⁴ Analys av enkätsvaren bild 1:1 Bedriver ni även bemanningsverksamhet

¹⁵ Analys av enkätsvaren bild 1:1 Bedriver ni även bemanningsverksamhet?

¹⁶ Analys av enkätsvaren bild 1:4 Vi har mycket gott samarbete med de lokala/regionala företagen

¹⁷ 2018 års Nivåindelning – mest verksamhetskritiska leverantörer

¹⁸ Analys av enkätsvaren bild 1:8 Medlemmar i lokala företagsnätverk, företagarcentrum, branschnätverk, kommunens näringslivscentrum eller annat

¹⁹ Analys av enkätsvaren bild 1:9 Vi har anställda som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingen

²⁰ Analys av enkätsvaren bild 1:9 Vi har anställda som arbetar med företagskontakter som är knutna till Arbetsförmedlingen

rekryterare har interna mål för företagskontakter²¹. Om detta är en orsak till att deltagare hos dessa leverantörer går ut i arbete i något större utsträckning än riksgenomsnittet går inte att fastställa med säkerhet. Som vi tidigare nämnt är det hos dessa leverantörer som flest bemanningsföretag återfinns och företagskontakter verkar vara en viktig del av deras verksamhet.

En paradox är att 71 % av de svarande leverantörerna uppger att lokala/regionala företag hör av sig regelbundet till dem för att tillgodose sitt rekryteringsbehov²². En så bra förankring och samarbete med de lokala företagen, borde ha en gynnsammare effekt ut i arbete även för deltagare i de upphandlade arbetsförmedlingstjänster som levereras av leverantörerna.

75 % av samtliga svarande leverantörer uppger att de anordnar rekryteringsträffar och högst andel återfinns hos leverantörerna av AUB höga deltagarvolym (100 %), STOM 41-100 % (80%) och STOM höga deltagarvolym (83%)²³.

Leverantörerna av STOM 41-100 % och STOM höga deltagarvolym uppger även att de i större utsträckning än övriga leverantörer anordnar "Annat". I de öppna svaren som fanns som följdfråga anges "Annat" som exempelvis öppet hus, mentorstödda träffar, jobb jakt, jobbchanser, frukostmöten, jobbmässor m.m..

5 Lösnings- och förbättringsförslag

5.1 Kommunikation

Med anledning av den stora diskrepansen mellan de förväntningar som arbetsförmedlare generellt har på leverantörerna och på kravställningen i förfrågningsunderlagen i de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna, bör myndigheten ta fram ett kommunikationsmaterial som tydliggör leverantörernas ansvar kontra arbetsförmedlarens ansvar att aktivt matcha de sökande som inte är i anställning efter avslutad insats.

5.2 Bättre resultat ut i arbete och uppföljning

Leverantörerna tycks ha en mycket god förankring hos de lokala företagen och branschnätverken, vilket i större utsträckning borde komma deltagare i tjänsten till godo. Resultat ut i arbete efter avslutad insats kan förbättras utifrån tre (3) aspekter. Den första aspekten kommer att ta längre tid innan den får ett fullt genomslag. Den andra aspekten kan ge snabbare effekt. Förslag 3 kan ha både kortsiktiga och långsiktiga effekter samt bidra till att utveckla/förbättra vår kravställning vid upphandling av arbetsförmedlingstjänster.

²¹ Analys av enkätsvaren bild 1:10 Vi har interna mål för antal företagskontakter per rekryterare och månad

²² Analys av enkätsvaren bild 1:7 De lokala/regionala företagen vänder sig till oss regelbundet för att tillgodose sitt rekryteringsbehov

²³ Analys av enkätsvaren bild 1:12 Vi anordnar branschdagar, rekryteringsträffar och/eller annat

1. Allteftersom myndigheten anpassar upphandlings- och beställningsprocessen till intentionerna i Strategin för upphandlade arbetsförmedlingstjänster²⁴ kommer det att finnas större incitament för leverantörerna att aktivt arbeta för att matcha ut deltagare i arbete efter avslutad insats.
2. Utveckla samarbetet med leverantörerna lokalt samt att arbetsförmedlaren genomför tätare uppföljningar av deltagare i anvisad insats. De regionala Dialogerna genomförs i samtliga marknadsområden. Detta är ett utmärkt forum att tillsammans med leverantören lokalt, identifiera och komma överens om hur man med gemensamma krafter kan öka andelen ut i arbete efter avslutad insats.
3. Varumärke

För att stärka effekten och anseendet av de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna samt dra nytta av leverantörernas goda företagskontakter, skulle en workshop med de största leverantörer av upphandlade arbetsförmedlingstjänster kunna genomföras. Workshopen skulle syfta till att identifiera verktyg för att stärka effekten ut i arbete och anseendet av upphandlade arbetsförmedlingstjänster.

Resultatet av ett sådant samarbete skulle gynna båda parterna. Arbetsförmedlingens anseende skulle höjas. Bättre kvalitet och effekt av tjänsterna skulle generera en större efterfråga och förtroende för de upphandlade arbetsförmedlingstjänsterna hos arbetsgivarna. För leverantörernas del skulle ett lyckat samarbete generera i marknadsföringsvinster, öka deras intäkter samt höja deras anseende som utbildningsföretag.

²⁴ Strategin för upphandlade arbetsförmedlingstjänster